

ТЕОРЕТИЧНІ І МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ

Канд. екон. наук, доц. Мардус Н.Ю.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Поняття «ринок» є одне з найбільш багатоаспектним поняттям. Це можна пояснити об'єктивними умовами, які полягають у поглибленні суспільного поділу праці, еволюції власності, розвитком товарного виробництва, відокремленістю товаровиробників, потребами вдосконалення життя суспільства тощо.

Дослідження теоретико-методичних підходів до походження самої дефініції «внутрішній ринок товарів» може допомогти зрозуміти сутність таких понять як «ринок», «внутрішній ринок» й обґрунтувати вірність їх використання по відношенню до них трактувань.

Серед науковців з питань систематизації теоретичних підходів до визначення поняття «ринок» та ідентифікації типу ринку ведуться постійно. Проте, з теоретичної точки зору, залишаються не вирішеними питання визначення поняття внутрішнього ринку товарів з позиції системного й еволюційного підходів.

Ринок може вважатися одним з найбільш часто застосовуваних термінів, який використовується в економічній науці для характеристики ознак соціально-економічних систем.

Історично становлення ринку почалося внаслідок розвитку суспільного поділу праці на зміну натуральним взаємовідносинам всередині окремих господарств прийшов товарний тип зв'язку між виробниками окремих товарів та їх споживачами одночасно з появою простого товарообміну, першопричиною якого став суспільний поділ праці на самих ранніх стадіях його розвитку. Кінцевою метою виробництва стає обмін товарами на певному ринку, що призводить до формування класичного механізму взаємодії між виробниками та споживачами, яким є механізм економічної конкуренції. Поглиблення суспільного поділу праці призвело в кінцевому підсумку до появи сучасної форми ринку, на якому домінує товарно-грошовий обмін, що передбачає здійснення актів обміну товарів на гроші (продаж товарів) та обміну грошей на товари (купівля товарів).

Отже, ринок як конкретна форма товарного обміну виник у процесі розвитку товарного виробництва та обміну, як його невід'ємна складова товарно-грошових відносин. З їх розвитком товарно-грошові відносини поступово трансформувались у ринкові, серцевиною яких є ринок.

Визначення сутності поняття «ринок» завжди знаходилося в центрі уваги провідних вчених, що розглядали його з різних точок зору.

В роботах науковців (А. Сміта та Д. Рікардо), поняття «ринок» не мало чіткого політично-економічного визначення і використовувалося передусім для характеристики ринкового попиту, що є рушійною силою розвитку економіки [1, 2]. Згідно їхніх висновків ринок - це відносини, які функціонують і розвиваються на основі закону вартості, якому притаманні як загальні ознаки, так й специфічні для кожної економічної системи особливості;

- ринок як спосіб організації суспільного виробництва, заснований на волі підприємництва й обмеженої ролі держави та такий, що в цій своїй якості конфронтує із способами організації, які спираються на застосування методів централізованого планування й адміністративного регулювання (Герчикова І.) [3];

- ринок є формою господарювання, що оперативно реагує на зміну попиту, який багато в чому непередбачуваний і схильний до дії не лише економічних, але й соціальних, психологічних та інших чинників (Гальчинський А.) [4];

- ринок як сукупність відносин між продавцями і покупцями, взаємодія між якими приводить до встановлення цін (Маршалл А.);

- ринок – це сукупність відносин купівлі-продажу товарів і послуг (Кириленко В.);

- ринок – це система економічних відносин, що складаються у процесі виробництва, обігу і розподілу товарів, а також руху грошових коштів, для яких характерна свобода суб'єктів у виборі продавців та покупців, визначені ціни, формуванні й використанні матеріальних і фінансових ресурсів (Дем'яненко М., Лузан Ю., Саблук П., Скупий В.) [5];

- ринок - це певна групу людей, які вступають у тісні ділові відносини й укладають угоди щодо будь-якого товару (Джевонс В., Долана Е., Ліндсея Д.);

- ринок – це сфера товарного обміну, де виникають і реалізуються відносини купівлі-продажу та здійснюється конкретна господарська діяльність щодо просування товарів і послуг від їх виробників до споживачів (Загородній А., Вознюк Г.);

- ринок – категорія товарного господарства, яка являє собою сферу товарно-грошового обміну й виражає систему економічних відносин між виробниками (продавцями) та споживачами (покупцями) (Золотогорова В.);

- ринок як сукупність соціально-економічних відносин у сфері обміну, за допомогою яких здійснюється реалізація товарів або послуг, цілковите визначення суспільного характеру праці, у процесі якої вони створюються (Осовська Г.);

- ринок як форму зв'язків між виробниками; виробниками і домогосподарствами; виробниками і домогосподарствами та різними фінансовими інституціями; фінансовими інституціями і центральним банком; усіма названими суб'єктами та центральною і локальною владою;

- ринок як сфера кругообігу товарів, послуг та капіталу, а також як систему організації товарно-грошових відносин, які виникають у ході цього процесу, прискорюючи або уповільнюючи його (Коденська М. та Василець Н.);

- ринок – це форма взаємодії між окремими самостійно функціонуючими учасниками-продавцями та покупцями (Рождественська Л.);

- ринок як місце призначене для здійснення обміну (Курно А., Сорока І., Пазенті А., Енклунд К.);

- ринок як відокремлений суб'єкт господарювання (Озеран В., Куцик О., Волошин А.);

- ринок - це структура, що охоплює різні інститути: закони, правила гри, кодекси поведінки, типи відносин і зв'язків (Осташко Т.);

- ринок - це механізм через який покупці і продавці взаємодіють щоб визначити ціну і кількість товару (Самуельсон П., Нордгауз В.);

- ринок являє собою цілісну систему призначену для здійснення обмінних операцій взаємопов'язаних ресурсів, установ та методів, кінцевою метою функціонування яких виступають координація економічних процесів на основі стабільного ринкового середовища, стійкий розвиток економіки, повне використання мотиваційного потенціалу економічної системи (Супіханова Б.).

Результати дослідження показали, що поняття «ринок» є одне з найбільш розповсюджених й складних категорій в економічній теорії та найпоширеніших термінів у суспільстві. Це пояснюється тим, що виникнення ринку зумовлено об'єктивними умовами, які є наслідком розвитку товарного виробництва, формуванням структури споживання й товарообігу, поглибленням суспільного поділу праці, еволюцією власності, відокремленістю товаровиробників, спеціалізацією та кооперацією. Ринок є основою ринкового господарства.

Ринок товарів у економічній літературі здебільше розглядається як соціально-економічний механізм, який забезпечує купівлю-продаж товарів; економічний об'єкт, де на основі попиту та пропозиції покупець та продавець домовляються щодо ціни на визначену кількість продукції й здійснюють угоди купівлі-продажу (Батищева С, Каданер Є., Симонов П.). Спільність думок вищезазначених авторів полягає у тому, що, ринок товарів вони розуміють як сферу обміну, що в принципі не суперечить загальноприйнятому розгляду. Але на нашу думку відносини на ринку можуть сформуватися лише за умов існування певних зв'язків між суб'єктами ринку, при цьому характер цих зв'язків залежить від того на якому етапі розвитку знаходиться даний ринок.

Розуміння внутрішнього ринку товарів рекомендовано розглядати з позиції теорії економічного зростання. В її рамках розгляд внутрішнього ринку товарів вбачається як децентралізованого інституційно - структурованого товарообміну, який визначає остаточний вибір (поведінку) учасників ринку при товарообміні та збільшує мобільність обмежених виробничих ресурсів, що забезпечує їхнє використання найбільш цінним способом для максимального задоволення потреб суспільства в благах. Такий погляд передбачає, що результати функціонування даного ринку є потужним засобом стабільного економічного зростання економіки в цілому.

Також, для внутрішнього ринку товарів характерно наявність основних елементів внутрішнього ринку товарів, що забезпечують його функціонування та тісні взаємозв'язки між ними. Так, покупці та продавці товарів діють в умовах конкуренції. При цьому, якщо попит сформований покупцями перевищує пропозицію, сформовану продавцями, то можна говорити про конкуренцію серед споживачів-покупців. В іншому разі конкурують між собою продавці товарів. Підґрунтя для взаємодії між покупцями та продавцями, що укладають угоди з приводу купівлі-продажу товару, створює інфраструктура ринку.

Важливими елементами ринку товарів є попит з боку покупців, пропозиція з боку продавців товарів та ціна на товар. Ці три елементи формують кон'юнктуру ринку.

Узагальнення вищенаведеного матеріалу дозволяє наповнити поняття внутрішнього ринку товарів як традиційними, так і дещо новими ознаками. На нашу думку внутрішній ринок товарів – це система децентралізованого товарообміну, яка має просторові межі в яких відбуваються взаємовідносини учасників ринку на основі цін, за допомогою грошей та в умовах конкуренції. Сутнісні особливості дослідження внутрішнього ринку товарів виявляються залежно від того, як його розглядати і з якою метою.

Література: 1. Мішеніна Г.А. Дослідження ринку / Г. А. Мішеніна, Ю. Т. Матвєєва. – Суми : Сумський державний університет, 2015. – 185 с. 2. Майн В. В. Етимологічні основи сутності ринку / В. В. Майн // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. - №1(56). – 2013. – С.73-77. 3. Герчикова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности / И.Н.Герчикова. – М. : Консалтбанк, 2002. – 704 с. 4. Гальчинський А. Економічна теорія: підручник / А. Гальчинський, П. Єщенко. – К. : Вища шк., 2007. – С. 78. 5. Дем'яненко М. Я. Фінансовий словник-довідник / М.Я. Дем'яненко, Ю.Я. Лузан, П.Т. Саблук, В.М. Скупий. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 555 с. 6. Мардус Н. Ю. Теоретичні та методичні підходи до визначення економічної сутності ринку як економічної категорії / Н.Ю. Мардус // Проблеми економіки, №4. - 2017. - С. 325 – 329.